

# Обладнання підприємств торівлі та сфери послуг

Полусмяк Юлія Ігорівна

## ***Тема 2. Організація торгово-технологічного процесу в магазині. Основи проектування магазинів.***

- Торгово-технологічний процес у магазині, його елементи.
- Управління торгово-технологічним процесом у магазині.
- Взаємозв'язок торгово-технологічного процесу з оснащенням і плануванням магазину.
- Загальні вимоги до проектування торговельного підприємства.
- Мерчандайзинг.

**Торгово-технологічний процес (ТТП) у магазині являє собою комплекс взаємозалежних торговельних (комерційних) і технологічних операцій й є завершальною стадією всього руху товарів.**

- **Структура торгово-технологічного процесу** залежить від ступеня господарської самостійності магазину, застосовуваного методу продажу товарів, типу, розміру й інших факторів.
- Більшу роль у торгово-технологічному процесі грають **комерційні операції**. Їхня своєчасність й якість виконання впливають на широту й глибину асортиментів, безперебійність торгівлі. Це - вивчення попиту, складання заявок, формування оптимальних асортиментів, організація реклами й інформації.

# Весь торгово-технологічний процес можна розділити на дві основні частини:

## 1. Допоміжний ТТП - операції з товарами до пропозиції їхнім покупцям:

розвантаження транспортних засобів;

доставка товару в зону прийому;

приймання товару по кількості і якості;

доставка товару в зону зберігання, підготовка до продажу або безпосередньо в торговельний зал залежно від ступеня готовності до продажу);

зберігання товарів;

підготовка до продажу;

переміщення в торговельний зал, викладення на торговельному встаткуванні.

## 2. Основний ТТП - операції безпосереднього обслуговування покупців (найбільш відповідальна частина торгово-технологічного процесу в магазині);

- зустріч покупців;

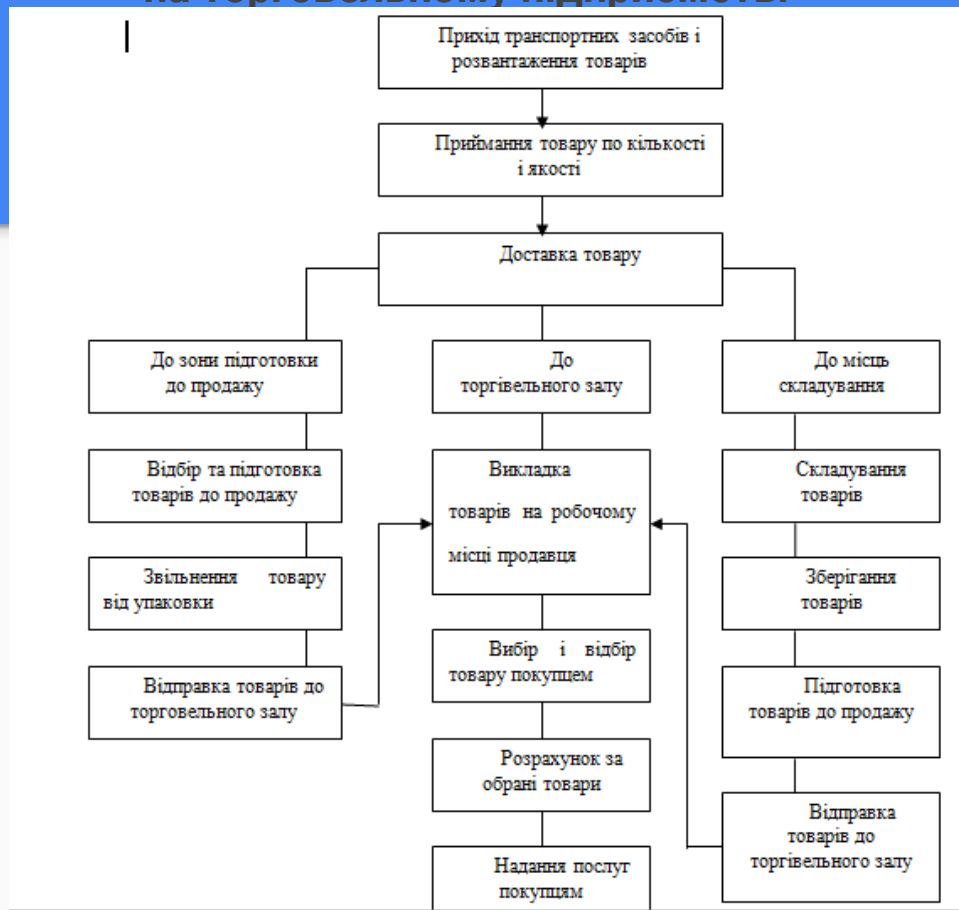
- пропозиція, показ товару;

- відбір товарів покупцями;

- розрахунок за відібрані товари;

- надання покупцям додаткових послуг.

# Структура й послідовність виконання операцій торгово-технологічного процесу, на торговельному підприємстві



**Торгово-технологічний процес повинен будуватися на основі наступних основних принципах:**

- забезпечення комплексного підходу до його побудови;
- створення максимальних зручностей для покупців;
- досягнення найбільш раціонального використання приміщень і торгово-технологічного встаткування магазину;
- створення для працівників магазину сприятливих умов праці й відпочинку, що забезпечують високу культуру й продуктивність праці;
- забезпечення необхідної економічної ефективності роботи магазину.

Розглянемо більш докладно перший етап ТТП - організація й технологія операцій по надходженню й прийманню товарів.

-Залізничним транспортом

-- автомобільним транспортом

-За кількістю

-За якістю

Наступним етапом ТТП розглянемо технологію розміщення, укладання й зберігання товару.

- Прийняті по кількості і якості товари укладають у тару, пакетують і направляють у зону зберігання.

Для забезпечення цілісності необхідно:

- а) раціональна схема розміщення товарів;
- б) вибір оптимального способу укладання;
- в) створення необхідного режиму зберігання;
- г) організація повсякденного спостереження й догляду.

Раціональна схема розміщення товару - це закріплення за товарами певних груп, підгруп, найменувань, постійних місць зберігання (секції, ділянки, стелажі й т.д.).

- Кожному місцю зберігання привласнюється код (номер стелажу, секції, ярусу), наносять на конструкцію стелажа яскравою фарбою.



**Товари тривалого зберігання розташовують у глибину складу, і, навпаки, з високою оборотністю ближче до виходу.**

- Вибір оптимального способу укладання: залежить від форми товару й тари, маси кожного тарного місця, фізичних властивостей товару. Застосовують два способи: штабельний (у мішках, стосах, ящиках, бочках) і стелажний.

Штабельне укладання може бути:

- - пряма - кожен верхній ряд збігається з нижнім (або пірамідальна для бочок);
- - перехресна - верхній ряд поперек нижнього;
- - зворотна - кожен наступний ряд у зворотному порядку.

При штабельному укладанні важлива циркуляція повітря й дотримання санітарних вимог.

## На третьому етапі ТТП - організація й технологія зберігання, підготовка товарів до продажу.

- Після приймання товари доставляють у приміщення для зберігання.
- Процес зберігання - це правильне розміщення й укладання, створення оптимального режиму, спостереження й догляд за товарами.
- Схоронність товарів повинні забезпечити матеріально відповідальні особи.

# Особливості зберігання:

**Ефективність роботи і якість обслуговування покупців залежить і від розміщення товарів у торговельному залі - це:**

- правильно спланований купівельний потік;
- скорочення часу на відбір товару;
- ріст пропускної здатності магазину;
- зниження витрат праці персоналу магазину.

## **Виходячи із цього, розміщення товарів у торговельному залі повинне проводитися з обліком наступних основних вимог:**

- надання покупцям можливості орієнтуватися в розміщенні комплексів товарних груп і здійсненні покупки в мінімально короткий строк;
- створення умов комфортності під час перебування покупців у магазині;
- надання покупцям необхідної інформації й широкого кола послуг;
- оптимального використання торговельних площ магазину;
- забезпечення схоронності матеріальних цінностей;
- організації раціональних товарних потоків і розрахункових операцій з покупцями.

## Існують й особливості при розміщенні товарів:

- дотримання товарного сусідства;
- прагнути закріплювати постійну зону за кожною групою товару;
- товари, підготовка яких проводиться в торговельному залі, розміщують ближче до місця реалізації;
- великогабаритні товари треба розміщати поруч із зоною розрахунку або виходом з торговельного залу;
- товари, що вимагають тривалого ознайомлення з ними, розташовують у глибині торговельного залу, щоб не створювалися перешкоди купівельному потоку;
- товари з високою оборотністю потрібно розташовувати ближче до джерел поповнення;
- на перших поверхах магазину необхідно розташовувати товари більше частого попиту й не потребує тривалого вибору.

**У торговельному залі товари розміщують на різному встаткуванні з дотриманням основних принципів:**

- однорідні товари викладають по вертикалі, забезпечуючи кращу їхню видимість;
- доцільно застосовувати найпростіші прийоми викладення товарів (пряму, навалом і т.д.);
- декоративне викладення (тільки з рекламною метою);
- полки гірок та інше встаткування не слід переповняти товаром;
- в оптимальній зоні огляду (1-1,6 м) необхідно розміщати товари, для яких краща швидка реалізація.

**Однієї з головних інноваційних функцій торговельного менеджменту є управління технологічними процесами в магазині. Під цими процесами розуміється сукупність послідовних взаємозалежних операцій, виконуваних персоналом магазину, спрямованих на доведення товарів до покупців з мінімальними витратами трудових, матеріальних і фінансових ресурсів.**

У кожному магазині можуть бути виділені наступні групи приміщень, що забезпечують здійснення торгово-технологічних процесів:

- торговельні приміщення;
- приміщення для приймання, зберігання й підготовки товарів до продажу;
- підсобні приміщення;
- адміністративно-побутові приміщення;
- технічні приміщення.



## **Розглянемо більш докладно склад цих груп приміщень магазина.**

- 1. Торговельні приміщення** призначені для здійснення основних торгово-технологічних процесів і займають центральне місце в складі приміщень магазинів. Сукупний розмір цих приміщень характеризує величину торговельної площі магазина, у яку входить площа торговельного залу й площа для організації додаткових послуг покупцям. Показник розміру торговельної площі є однієї з найважливіших характеристик пропускної здатності й потенційного обсягу діяльності магазина.
2. Приміщення для приймання, зберігання й підготовки товарів до продажу призначені для здійснення переважної частини допоміжних торгово-технологічних процесів. У загальному складі цих приміщень можуть бути виділені приміщення для розвантаження товарів, приймальні, комори, охолоджувані камери, фасувальні, приміщення для комплектування замовлень покупців і деякі інші.

3. **Підсобні приміщення** також забезпечують здійснення окремих операцій допоміжних торгово-технологічних процесів у магазині, у першу чергу, пов'язаних з рухом тари й доставкою товарів додому покупцям. У складі цих приміщень можуть бути виділені приміщення для зберігання й ремонту тари, а також для зберігання й ремонту контейнерів; експедиції для доставки товарів покупцям; приміщення для зберігання й ремонту встаткування, приймання й зберігання склотари, зберігання пакувальних матеріалів й інвентарю й деякі інші аналогічні приміщення.
4. **Адміністративно-побутові приміщення** включають кабінет директора; конторські приміщення для фахівців окремих функціональних служб; кімнати для відпочинку й прийому їжі, гардеробні, особистої гігієни й деякі інші. Питома вага площі магазину, що відводить під ці приміщення, не перевищує звичайно 5%.
5. **Технічні приміщення** включають котельню, машинне відділення холодильних установок, телефонний комутатор, електрощитову й аналогічні їм приміщення. Питома вага площі магазину, що відводить під ці приміщення, становить звичайно 1-2%.

Залежно від типу будинку, розмірів і конфігурації торговельного залу в цих магазинах застосовуються наступні системи **розміщення встаткування в торговельному залі:** лінійна з поздовжнім розміщенням устаткування; лінійна з поперечним розміщенням устаткування; боксова й змішана.

Найбільш раціональною є лінійна система розміщення встаткування. Вона дозволяє чітко формувати потоки руху покупців, створює кращі умови для угруповання й розміщення товарів.. Варіюючи довжину ліній, можна регулювати рівень концентрації покупців на різних ділянках торговельного залу.

## **4. Загальні вимоги до проектування торговельного підприємства**

Проектування проходить поетапно.

- Перший етап - виконання передпроектних робіт (розробка техніко-економічного обґрунтування або розрахунки) і укладання договору на проектування.
- Другий етап - розробка самого проекту.
- Третій етап - експертиза й затвердження проекту.

## Техніко-економічне обґрунтування проектування й будівництва:

- вихідні дані й положення (посилання на документи, які дають підстави для розробки техніко-економічних обґрунтувань; дані про технічний стан об'єкта що реконструюється або розширюваного об'єкта, аналіз й оцінка його діяльності);
- потужність, номенклатура продукції, спеціалізація й кооперування підприємства;
- забезпечення підприємства сировиною, матеріалами й напівфабрикатами;
- вибір району, площадки для будівництва і їхня характеристика;
- основні технічні рішення, склад підприємства, організація виробництва основні будівельні, об'ємно-планувальні й конструктивні рішення і їхні основні параметри;
- охорона навколишнього середовища;
- розрахункова вартість будівництва;
- основні техніко-економічні показники будівництва й виробництва (ефективність капітальних вкладень, питомі капітальні вкладення);
- висновки й пропозиції;
- додатка (схема генерального плану, зведений розрахунок вартості будівництва й т.д.).

- Мерчандайзинг - це інструмент просування товару в точці продажу шляхом створення в магазині атмосфери, яка сприяє здійсненню покупки.
- Ціль мерчандайзингу - збільшити об'єми продаж та підняти рентабельність торгових площ за рахунок найбільш вдалого розміщення товару і створення атмосфери відповідного інформування.

## Принципи мерчандайзингу корисно враховувати при:

- створенні атмосфери в магазині;
- проектуванні торгових площ і розміщенні торгових відділів та товарів;
- оформленні вітрин, виставочних стендів, експозицій, вказівників.

В сучасних магазинах найчастіше використовується **відкрита викладка** товару, щоб споживачі могли самі взяти товар. В силу фізичної конституції покупців розрізняють **три рівні викладки товару:** рівень очей, рівень рук та рівень ніг.